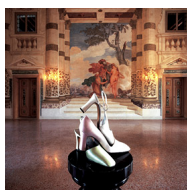




Museo Rossimoda della Calzatura d'Autore



Quando è nato il Museo Rossimoda della Calzatura d'Autore e quali sono state le tappe salienti della sua storia?

Il Museo Rossimoda della Calzatura presso Villa Foscari a Stra è nato nel 1995 dall'iniziativa di Luigino Rossi, presidente del calzaturificio Rossimoda, con l'intento di appagare le sue tre più grandi passioni: le scarpe, l'arte e la sua terra.

A tale scopo è stata acquistata Villa Foscari, una dimora storica seicentesca lungo le rive del fiume Brenta nell'entroterra veneziano, progettata dal Palladio, realizzata dallo Scamozzi e rimaneggiata nel corso del tempo da famosi architetti e decoratori. All'interno della Villa è stata collocata l'esposizione di 1500 modelli, prodotti dalla Rossimoda nei suoi oltre sessant'anni d'attività, frutto della collaborazione dell'azienda con i più grandi stilisti del panorama mondiale della moda.

Che tipo di iniziative promuove il Museo Rossimoda della Calzatura d'Autore?

L'intento di Luigino Rossi è stato inizialmente quello di raccontare il percorso fatto dalla sua famiglia, ormai giunta alla terza generazione, e la storia delle sue collaborazioni con le più grandi case di moda (Rossimoda ha prodotto scarpe per Dior, Yves Saint Laurent, Givenchy, Ungaro, Lacroix, Fendi, Pucci, Calvin Klein, Porsche e adesso continua con i marchi del gruppo finanziario del lusso LVMH).

La Rossimoda rappresenta l'azienda leader del distretto calzaturiero della riviera del Brenta, famoso in tutto il mondo per la sua produzione di scarpe femminili di lusso e griffate e ha il compito di rappresentare un grande stimolo per le produzioni future.

Il distretto, infatti, ospita una scuola di modellisti, famosa in tutto il mondo, che dal 1923 si occupa della formazione dei futuri designer della calzatura. Gli studenti frequentemente visitano il museo, con l'intento di osservare dal vivo i pezzi più interessanti della nostra raccolta per poi trarne ispirazione. Acquisita perciò una maggiore consapevolezza delle potenzialità del museo, si presenta adesso la necessità di individuare nuovi strumenti per la sua valorizzazione. In primo luogo stiamo cercando di realizzare eventi, soprattutto mostre, con il coinvolgimento delle grandi case di moda e degli stilisti più conosciuti. Altro obiettivo è quello di adoperarci poi per creare sinergie con altri musei, sia della zona che di altri territori, ma con elementi comuni al nostro (ad esempio altri musei d'impresa).

Abbiamo progettato percorsi didattici all'interno della villa, dedicati a diverse fasce d'età, che coinvolgono la collettività e soprattutto le scuole, al fine di accrescere la conoscenza delle competenze che hanno dato lustro al nostro territorio e stimolare l'attaccamento alle tradizioni locali. Infine pensiamo che sia di fondamentale importanza organizzare ed ospitare eventi (convegni, seminari, presentazioni di



pubblicazioni), che sviluppino la cultura del distretto e ci consentano, grazie al contatto e al confronto con esperti di settore, di arricchire le nostre competenze e di ripianificare i nostri obiettivi.

Qual è la percezione del Museo sul territorio? Il museo, unico nella zona, svolge il compito di divulgare i “saperi” del territorio e di diffondere la conoscenza delle tradizioni di cui i calzaturieri sono gli eredi (le competenze acquisite vantano origini antiche, testimoniate sin dal 1268 con la Scuola dei “Calegheri” veneziani, poi trasferitisi in terraferma durante le invasioni napoleoniche).

Il museo funge quindi da testimonianza del loro “saper fare” e degli elevati standard qualitativi raggiunti, che rappresentano la loro maggiore fonte di competitività in ambito internazionale.

Qual è la risposta della popolazione locale alle sue iniziative?

Il ruolo svolto dal museo rispetto all’area è importante: documenta la creatività del distretto nel corso del tempo (a questo proposito all’interno della raccolta è stata collocata una collezione di scarpe veneziane del ‘700 e dell’800) e funge da collante tra le innumerevoli piccole e medie imprese situate nella zona, che dal museo, si sentono in qualche modo rappresentate. Viene infatti utilizzato in diverse occasioni come degna conclusione delle visite alle loro aziende (di fondamentale importanza a tale riguardo è la collaborazione con l’Acrib, l’associazione calzaturieri della riviera del Brenta, che da quarant’anni si occupa della promozione del distretto in ambito internazionale).

Quali chiavi di lettura il Museo vuole fornire al visitatore?

Il museo documenta, attraverso l’accessorio “scarpa”, l’evoluzione del costume nella seconda metà del secolo, fornendo uno spaccato della nostra storia, in cui le influenze sociali, economiche e culturali hanno indubbiamente lasciato il segno. Per raggiungere questi obiettivi, si è reso necessario valutare attentamente i pezzi conservati dall’azienda, scegliendo quelli più significativi da esporre, sia in termini di creatività, che d’artigianato d’alta qualità, d’innovazione tecnologica e di sfruttamento di nuovi materiali. In tal modo si è riusciti a presentare i singoli pezzi come oggetti fine a se stessi: pur mantenendo la loro funzione, la trascendono e divengono elementi che, posti nella teca, acquistano vita propria, come probabilmente accade nella mente dei loro creatori. Della selezione si è interessato il proprietario, supportato dai suoi collaboratori, soprattutto da coloro che si occupano della progettazione dei modelli, quindi i più qualificati nel valutarne i pregi.

L’allestimento, per essere coerente con gli intenti, è stato organizzato seguendo un percorso tematico, che valorizza il contributo delle singole case di moda ed evidenzia, quindi, le peculiarità dell’estro creativo dei singoli stilisti, con un occhio di riguardo all’evoluzione stilistica della “griffe” nel corso del tempo, ove gli anni di collaborazione con la Rossimoda lo rendano possibile. In questa seconda fase mi sono dovuta cimentare personalmente: ho perciò raccolto le informazioni necessarie in azienda, parlando con tutte le persone che potevano disporre di materiale o notizie utili nel ricostruire la storia dell’impresa (dai modellisti a chi gestisce il magazzino, da chi tiene i rapporti con le case di moda a chi si occupa della comunicazione aziendale) e documentandomi su tutti i testi e i siti che potessero in qualche modo contribuire ad accrescere le mie competenze sull’argomento. Dall’idea iniziale del fondatore, nata esclusivamente da un impulso emotivo, noi collaboratori stiamo ora cercando di ricavare degli insegnamenti, che ci permettano di evidenziare con maggior consapevolezza i vantaggi per l’impresa e per il territorio dati dalla presenza del museo.